

ABSTRAK

TELKOM Flexi merupakan salah satu produk dari PT TELKOM dengan basis teknologi *CDMA*. Dari sisi umur, TELKOM Flexi masih terhitung sangat muda sekali, di mana pada bulan Desember 2002 TELKOM Flexi hadir pertama kali di kota Surabaya. Menyusul ke kota-kota lainnya, hingga kini TELKOM Flexi sudah ada di lebih dari 200 kota di Indonesia. Saat ini pelanggan TELKOM Flexi sudah lebih dari 4,5 juta pelanggan.

Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari pelaksanaan kebijakan program bauran pemasaran (*marketing mix*) yang tepat. Di antaranya adalah Program Promo dan Program Diskon Harga yang dilaksanakan oleh PT TELKOM, terutama pada periode dua tahun terakhir ini.

Dari hasil penelitian di Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat kuat antara Program Promo dan Program Diskon Harga terhadap Tingkat Pendapatan TELKOM Flexi.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini, diharapkan dapat menjadi masukan untuk menyempurnakan kebijakan bauran pemasaran yang sudah ada saat ini, dalam rangka meningkatkan pendapatan TELKOM Flexi di masa yang akan datang khususnya, serta peningkatan kinerja perusahaan pada umumnya.